

## 調査レポート

# なぜ日本の若者は起業家を目指さないのか？

—高校生へのアンケート調査を踏まえて—

石 黒 順 子

## 要 旨

日本では、起業活動が低調であることが指摘される。将来の起業志望者を増やすには、キャリアの一次的な選考が行われる中等教育期の子供たちが起業家や起業活動に対してどのようなイメージを持っているかを把握することが重要である。筆者は、高校生が起業家やベンチャー企業、さらには自分自身の能力をどう捉えているのかを明らかにするためにアンケート調査を実施した。その結果によると、高校生は、起業家やベンチャー企業に対して総じてポジティブなイメージを持っている。しかし、それが起業志望につながっているわけではなく、経営の不安定さや自分の能力不足などの決定的な要因により、起業をキャリアの選択肢として捉えていない。若年層に対して、起業の実情を伝え、自らの能力に自信を持たせるような起業家教育プログラムの実施が求められる。

キーワード：起業、キャリア選択、高校生、起業家教育、ベンチャー企業

## はじめに

日本では起業を志す人の少ないことが、よく指摘される。しかも、そもそも少ない起業志望者が減少傾向にあるというのが実情である。中小企業庁(2019)によると、日本の起業志望者数は2017年に72万人で、10年間に約30万人減っている。このことは、若者のキャリアプランにもあらわれている。

日本生産性本部（2018）が新規学卒者を対象に行っている新入社員春の意識調査では、「将来の自分のキャリアプランを考えるうえで、社内です世するより、自分で起業して独立したい」という問いに「そう思う」と答えた者の割合が、この設問を置いた2003年には31.5%にのぼったが、その後は減少傾向をみせ、2016年には10.6%まで落ち込んだ。比較可能なデータがある2018年度調査では13.7%となっている。また、高校生について日本青少年研究所（2013）は日米中韓の4カ国の高校生を比較し、「自分の会社や店をつくりたい」とする高校生が25.6%と調査対象国中でもっとも低いこと、しかも2006年に実施された前回調査の割合を7.8ポイント下回ったことを指摘している。

実質 GDP 成長率と開業率との間には正の相関関係がある（中小企業庁、2005）。こうしたこともあり、日本政府は起業活動の活性化を後押ししていく方針である。自由民主党が2014年に発表した日本再生ビジョンで掲げた「7つの柱」では、「起業大国No.1の実現」が謳われている。これを踏まえ、初等・中等教育レベルでの起業家教育の実施が改めて議論されるようになった。

早期からの起業家教育の取り組みが将来の創業活動に結びつくためには、現状ではなぜ起業がキャリアの選択肢として入ってこないのかを検討する必要がある。本稿では、高校生が抱く起業家やベンチャー企業のイメージを捉え、それに基づき起業活動が若年層にとってキャリアの選択肢のひとつとして考えられていない背景を議論する。

## 1. 先行研究

日本で起業活動が不活発であることは、多くの統計に示されている。世界的なアントレプレナーシップの調査である The Global Entrepreneurship Monitor Annual Report (GEM) では、起業活動率（Total Entrepreneurship Activity: TEA）が各国の起業の活発さを示す重要な指標として観測されている。起業活動率とは、「起業の準備を始めている人+創業後3.5年未満

の企業を経営している人」が18～64歳人口100人当たり何人いるかで定義される。直近のデータでは日本の TEA は5.34%であり、この TEA を算出している49カ国のうちで45位となっている (Bosma, Kelly and GERA, 2018)。高橋ほか (2013) は、2001年から2010年の GEM の日本での調査結果を再構成し、考察している。このなかで、「わたしは、過去2年以内に新たにビジネスを始めた人を個人的に知っている」、「わたしは、新しいビジネスを始めるために必要な知識、能力、経験を持っている」のいずれにも「いいえ」と回答した者を「起業無縁層」と定義し、日本では70.9%が起業無縁層に属していることを指摘している (なお、いずれかに「はい」とした者を「起業関係層」としている)。日本での起業無縁層の比率は、諸外国に比べて圧倒的に高い。こうしたことを踏まえ、高橋ほか (2013) は、日本に多くいる起業無縁層が起業活動を訝しいものと捉えていると、起業支援者にならないばかりでなくスタートアップ企業からの購買を避けるといったように創業活動に負の影響を与えるとの懸念を示している。

Kourilsky (1995) は、起業社会は起業家がいるだけでは実現せず、企業の立ち上げに参画する初期メンバーや、外部から起業に理解を示しそれを支える支援者が必要であるとし、「起業活動・起業支援ピラミッド」を描いている。つまり、頂点にいる起業家の人数は限られているが、それを幅広い支援者層が支えるというピラミッド構造の社会が必要だという主張である。前述の高橋ほか (2013) の主張と合わせると、日本では7割が起業無縁層としてこのピラミッドの外に位置しているといえ、起業社会を実現するためには彼らを少なくとも一番下の支援者層に組み入れる必要がある。

日本で起業活動が不活発である背景には、いろいろな要素が複雑に絡み合っている。多くの要素のなかで、先述の GEM (Bosma, Kelly and GERA, 2018) の調査項目にある「社会のなかで起業家に高い地位が与えられている」と「新しいビジネスを始めることはよいキャリア選択だと認識されている」という点に着目すると、調査された47カ国中で日本は「地位」について42位、「よいキャリア」について46位となっている。つまり、日本は

起業家が尊敬されず良いキャリアとも認識されていない社会なのである。高橋ほか（2013）は GEM の 2001～2010 年の当該項目のデータに基づき、このような起業家の地位やキャリアに関する評価は起業無縁層で圧倒的に低く、その無縁層がボリュームを占めていることで総合的な評価が下がっていることを指摘している。ちなみに、このような価値観について、米国、フランス、イタリア、イギリス、ドイツといった比較対象国では起業関係層と起業無縁層との間に大きな乖離は確認されておらず、日本に特徴的な現象だという。この比較対象国のうち米国について、Katz（2003）は、起業家教育は 1947 年からハーバード大学で実施されているように古い歴史を有し、21 世紀初頭には既に成熟期に達していると指摘している。一方、欧州では、先進国がこれまでのような経済水準を維持し、発展させていくためには起業家の存在が不可欠であるという考えに基づき、域内で初等中等教育からの起業家教育の普及が促進されている（Commission of European Communities, 2006）。このような起業家教育の充実が、これらの比較対象国において、起業関係層と起業無縁層との間での起業家への敬意やキャリアとしての評価に関する乖離をなくしているとも考えられる。

ところで、子供たちの将来のキャリア選考に関して、Gottfredson（1981）は、社会的価値を志向する 9～13 歳頃までに職業の性タイプとその社会的価値という 2 軸による考慮対象職業の制限は概ね済んでおり、一度そこから外されると再考されることは難しいとしている。また、わが国では大江（2005）が、サラリーマン家庭で育っている場合、早い時期に「ベンチャー企業」や「起業家」という言葉に接した者ほど大学生の時点で起業意欲を持つ傾向があることを示し、サラリーマン家庭の多い日本ではとくに早期からの起業家教育が必要であることを訴えている。こうしたことを考え合わせると、起業家をキャリアの選択肢として持つ人を増やすためには、起業活動についてポジティブなイメージを青年期までに持っていることが重要であるといえる。

また、日本の若者に関しては、自己肯定感が国際的に比較して低いことが

指摘される。「令和元年版 子供・若者白書」(内閣府, 2019)によると、満13～29歳までの男女を対象に実施された国際調査では、日本の回答者のうち「自分自身に満足している」者は45.1%, 「自分には長所があると感じている」者は62.3%であるという。このような自己肯定感は、同時に調査した韓国, 米国, イギリス, ドイツ, フランス, スウェーデンの6カ国との比較でもっとも低い。また, 「自分は役に立たないと強く感じる」という日本の若者は51.8%と過半にのぼり, 自己有用感が低いことが窺われる。このような自己肯定感, 自己有用感の低さが, 起業というキャリアの選択肢から若者を遠ざけている可能性がある。

## 2. 研究内容と方法

先行研究でみてきた現状を踏まえ, 本稿では, 日本社会では大人たち同様に, 若年層も起業活動に対してネガティブなイメージを持っており, 延いてはそれが将来の起業という選択をするうえでの妨げになっているのかという点について, 論考していく。さらに, 高校生らが自分の能力をどのように捉えており, それが起業志望にいかに影響しているのかを明らかにする。高校生らが起業を将来のキャリアの選択肢から外している理由を, 起業家や起業活動に対するイメージや自己理解という観点からみていきたい。

この問いに答えるために, 筆者は高校生に対してアンケート調査を実施した。この調査は, 東北の某県 A 高校の全生徒を対象として2013年6月に行った。A 高校は農業を主要産業とする地域に位置する小規模校である。調査対象の内訳は表1のとおりである。

表1 回答者内訳

	合計	1年生	2年生	3年生
男子	60人	19人	15人	26人
女子	112人	28人	37人	47人
合計	172人	47人	52人	73人

表2 回答者の起業への意欲と自信の有無

		意欲			合計
		あり	どちらとも いえない	なし	
自信	あり	3.5%	1.2%	0.6%	5.2%
	どちらとも いえない	7.6%	20.9%	5.8%	34.3%
	なし	2.3%	11.0%	47.1%	60.5%
合計		13.4%	33.1%	53.5%	100.0%

注：「自信あり」は「あなたは将来起業家になれると思いますか」という問いに「そう思う」または「どちらかというと思う」と回答した者の合計である。「意欲あり」は「あなたは将来起業家になりたいと思いますか」という問いに「そう思う」または「どちらかというと思う」と回答した者の合計である。「なし」についても同様に、それぞれの問いに対して、「そう思わない」または「どちらかというと思わない」と回答した者の合計である。

なお、各項目の値は小数点第二位を四捨五入しているため、内訳の計と合計が一致しない場合がある。

アンケートでは、「自分は将来起業したい」という意欲の有無と、「自分は起業家になれる」という自信の有無を尋ねた（表2）。起業が現実的なキャリアの選択肢となるには、起業したいという意欲と起業できるという自信の両方を持ち合わせていることが必要だからである。この結果では、起業への意欲があるとした生徒は13.4%、意欲がないとした生徒は53.5%であった。一方で、起業への自信があるとした生徒は5.2%、自信がないとした生徒は60.5%であった。この2つの回答を統合すると、起業への意欲も自信も有する生徒は3.5%のみである一方、いずれも持たないとする生徒は47.1%にのぼった。

### 3. 結果

#### （1）高校生の起業家、ベンチャー企業に対するイメージ

先行研究でみてきたように、日本社会では起業家が尊敬されておらず、それが起業の妨げになっている（Bosma, Kelly and GERA, 2018; 高橋ほか, 2013）と指摘される。では、実際に高校生たちは、起業家やベンチャー企業

をどのように捉えているのであろうか。高校生の持つ起業家やベンチャー企業へのイメージを明確につかむために、当調査では、働く大人について「起業家」、「既存企業の経営者」、「会社員」に区分し、高校生の持つイメージが、起業家に固有のものなのか、創業したか否かを問わず経営者全般に対するものなのか、会社員も含めた働く大人に共通するものなのかを分けて捉えるよ

表3 回答者の社会人に対する働き方別イメージ

項目	起業家	経営者	会社員	
			<i>p</i>	<i>p</i>
1 社会に貢献をしている	4.14	4.13		*
2 社会的な地位が高い	3.91	3.92		**
3 世間の人から尊敬されている	3.99	3.90		**
4 自分の好きなことをしている	4.28	3.72	**	**
5 忙しい	4.44	4.26	**	**
6 リーダーシップのある	4.48	4.27	**	**
7 お金持ちである	3.88	3.87		**
8 楽しく働いている	4.03	3.55	**	**
9 かつこいい	3.93	3.69	**	**
10 苦勞が多い	4.42	4.19	**	**
11 夢を叶えている	4.47	3.68	**	**
12 経済的に不安定だ	3.28	3.01	*	
13 自分の能力に自信を持っている	4.17	3.73	**	**
14 自分が何が得意かをわかっている	4.30	3.85	**	**
15 自分の得意なことを活かしている	4.45	3.96	**	**
16 自分の考えを相手に伝える能力が高い	4.27	4.03	**	**
17 相手の考えを理解する能力が高い	4.08	3.99		**
18 自立している	4.48	4.01	**	**
19 一緒に働く仲間のよさを活かしている	4.03	3.90		
20 責任が重い	4.54	4.43	*	**

注：起業家と経営者、起業家と会社員について、それぞれ *t* 検定を行っている。

表4 回答者の社会人に対する働き方別イメージ

項目	ベンチャー企業	既存企業	$p^{(2)}$
21 社会に活力をもたらしている	4.26	3.83	**
22 世の中に新しい価値を提供している	4.29	3.57	**
23 悪いことをしている	2.59	2.53	
24 便利なモノやサービスを提供している	3.95	3.87	
25 安定している	3.11	3.72	**
26 成長している	3.86	3.48	**
27 たくさんのお金を稼いでいる	3.53	3.55	
28 楽しく働ける	3.84	3.46	**

注： $p$  はベンチャー企業と既存企業間の有意確率。

\*\* $p < .01$ , \* $p < .05$

うにした。また、起業については、「ベンチャー企業」と「既存企業」とを対比して尋ねた。

質問内容は表3および表4に示したとおりである。表3の1から20についてが「起業家」、「既存企業の経営者」、「会社員」に関するもの、表4の21から28が「ベンチャー企業」、「既存企業」に関するものである。回答者には、1（全くそう思わない）から5（とてもそう思う）の5段階の尺度で各項目に関するイメージを回答してもらった。回答については得点換算して処理しており、数値の高いものほど回答者の多くが同意したことになる。

まず、起業家のイメージが、既存企業の経営者、会社員のそれと、それぞれどのように異なっているのかをみていく。「1.社会に貢献をしている」、「2.社会的な地位が高い」、「3.世間の人から尊敬されている」、「7.お金持ちである」、「17.相手の考えを理解する能力が高い」については、起業家と既存企業の経営者との間には有意な差はみられないものの、起業家は会社員よりも有意に高い。つまり、これらの項目は、起業家への固有のイメージというわけではなく、経営者全般に対する評価といえる。一方で、「4.自分の好きなことをしている」、「5.忙しい」、「6.リーダーシップのある」、「8.楽しく働いている」、「9.カッコいい」、「10.苦勞が多い」、「11.夢を叶えて



いる」、「13. 自分の能力に自信を持っている」、「14. 自分が何が得意かをわかっていて」、「16. 自分の考えを相手に伝える能力が高い」、「18. 自立している」、「20. 責任が重い」については、いずれも起業家のスコアが既存企業の経営者、会社員よりも有意に高い。したがって、こうした点が、起業家に対する特徴的なイメージということになる。「12. 経済的に不安定だ」については、起業家と会社員の間に有意な差はなかったが、起業家と既存企業の経営者とは起業家のスコアが有意に高い。

次に、企業イメージについては、「21. 社会に活力をもたらしている」、「22. 世の中に新しい価値を提供している」、「26. 成長している」、「28. 楽しく働ける」で、ベンチャー企業への評価が既存企業への評価を有意に上回った。一方で、「25. 安定している」については、既存企業への評価がベンチャー企業へのそれを有意に上回っている。

## （２）生徒の自己理解

一方で、生徒はどのような自己理解をしているのだろうか。前項同様に５段階尺度で自分自身の得手・不得手や能力についてどのように捉えているのかを尋ねた。その結果は表５のとおりである。この結果によると、「１. 自分の得意なことがわかっている」は2.49であるのに対し、「２. 自分の苦手なことがわかっている」は3.24となっている。高校生は、自らの得手より不得手をより強く認識している。また、自らのコミュニケーション能力については「３. 自分の意見を相手にきちんと伝えることができる」が2.30、「４. 相手の意見をきちんと理解することができる」が2.76であり、とくに考えの伝達力に対して自信が不足していることが窺われる。「５. 私にはリーダーシップがある」が1.99と低く、「11. 私は社会に貢献できる」は2.32である。

起業への自信ありとした生徒が９名しかいないためあくまでも参考値であるが、この自己理解の結果を起業への自信の有無で分けてみると、「１. 自分の得意なことがわかっている」、「２. 自分の苦手なことがわかっている」、「３. 自分の意見を相手にきちんと伝えることができる」、「４. 相手の

表5 回答者の自己理解

項目	全体 (n=172)	起業への 自信あり (n=9)	起業への 自信なし (n=103)
1 私は自分の得意なことがわかっている	2.49	2.89	2.34
2 私は自分の苦手なことがわかっている	3.24	3.44	3.20
3 私は自分の意見を相手にきちんと伝えることができる	2.30	3.22	2.17
4 私は相手の意見をきちんと理解することができる	2.76	3.33	2.67
5 私にはリーダーシップがある	1.99	2.78	1.77
6 自分のことは家族に頼らずに自分でできる	2.55	3.00	2.45
7 自分のことは自分で決められる	2.95	3.44	2.86
8 友達もっている流行のものは、自分の好みに合 わなくても欲しい	2.05	2.11	2.01
9 ミスをして他人のせいにはしない	2.99	3.44	2.92
10 自分に必要な能力は、これから身につけることが できる	2.99	3.56	2.85
11 私は社会に貢献できる	2.32	2.78	2.17

注：起業への自信に関して「どちらともいえない」と回答した者がいるため、「自信あり」と「自信なし」の合計は全回答者数と一致しない。

意見をきちんと理解することができる」、「5. 私にはリーダーシップがある」、  
「11. 私は社会に貢献できる」などの項目で、「起業への自信あり」とした群  
のスコアが「起業への自信なし」とした群のスコアを上回っている。こうし  
たことから、起業への自信がある層には、自分の得手・不得手に対しての十  
分な自己理解と、自分のコミュニケーション力やリーダーシップなど自分の  
能力に対する自信、社会に貢献できるという自己有用感が備わっていること  
が示唆される。

#### 4. ディスカッション

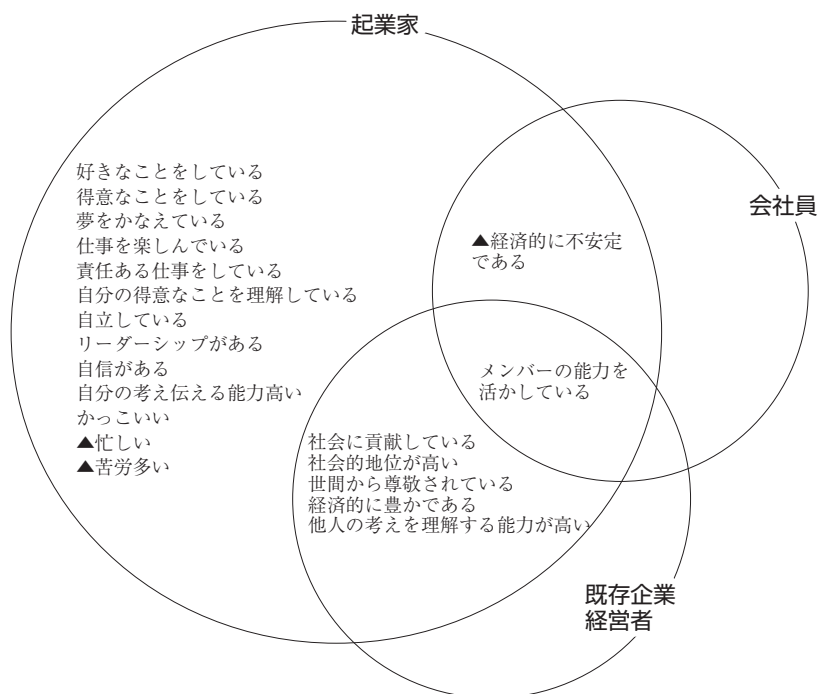
以上のことから、高校生たちは起業家やベンチャー企業には総じて良好な

イメージを持っている一方で、自分の能力に対する自信や自己有用感が低いということが示された。

高校生の持つ、働き方別の働く大人に対するイメージをまとめたのが図1である。ここでは、あくまでも、起業家を基準にして既存企業経営者や会社員がどのように捉えられているかを相対的にみている。

この図から、高校生が働く大人に対するイメージは次のようなものであるといえる。起業家は、自分の夢を実現し、楽しく働いている。能力も高く、自信に満ちている。また、自分で設立しているか否かに関わらず、経営者は全般に、社会からも尊敬され、経済的にも豊かさを実現できている。一方で、起業家に対するネガティブなイメージとして忙しく苦勞が多いこと、起業家

図1 回答者の働き方別の働く大人に対するイメージ



注：▲はキャリア選択のうえでネガティブ要因となり得る項目。

と会社員に共通して経済的に不安定なことが挙げられている。

一方で、ベンチャー企業は既存企業に比べ、多くの価値を創造し、高い成長を実現し、楽しく働ける場というイメージを持たれている。調査項目中で、ベンチャー企業が既存企業にかなわないのは、「経営が安定している」という点のみである。

ここまでみてくると、高校生のイメージとして、起業家は高い能力を持つ魅力あふれる人物であり、社会から尊敬もされている。彼らによって創り出される新しい職場は、多くの価値創造を行うと同時に、働きやすさを提供しており、高く評価されるべきものである。ところが、高校生たちは、自らがそのような活動をする人材として社会に出ていくことを志向していない。

この理由として、次の二点が考えられよう。ひとつには、起業家やベンチャー企業の問題として挙げられている忙しさや苦勞の多さ、所得や経営状況の不安定さ、という点が、他に多くある魅力を相殺するのに十分なネガティブ要素として認識されており、起業を志向させないという点である。もうひとつは、高校生の起業家に対するイメージが高い一方で、自分の能力に対する自信や自己有用感が低いことから、理想とする起業家像とセルフイメージとの間の乖離が大きく、起業することをそもそも選択肢から外すというものである。起業家について「自分の能力に自信がある」、「自分の得意を理解している」、「自分の考えを相手に伝える能力が高い」という認識をしているが、これらの項目に対する高校生の自己評価は低い。そのギャップゆえに、起業をキャリアの選択肢から外しているのである。そこには、先行研究で指摘されるような起業家が尊敬されない社会ゆえに起業家が志向されないという理由は見られない。むしろそれとは逆に、起業家は有能でなければならないという思い込みに強く支配され、自分には無理だろうと考えてしまうのである。

こうした要因を取り除くために、何をすべきか。一つには、起業活動や起業家の実態を理解させることが必要であろう。生徒たちが起業家たちと交流できる場を実際にあるいはインターネット上に設け、起業家がどんな人たち

なのかを実像に触れることで理解してもらうことが必要だろう。そのためには、地域産業をサポートし維持するという観点からも、地元の金融機関などが仲介役を果たすことが期待される。同時に、生徒らの起業にまつわる不安を取り除くためには、近年講じられてきたセーフティネットにどのようなものがあるのか、行政などの起業支援者から伝えてもらうことも有効である。二点目として、生徒の自己肯定感の低さへの対応が必要である。これへの対応策としては、生徒ひとりひとりの自己肯定感を高めるだけでなく、個々人の不得手を補い合い経営チームを構成するチーム・アントレプレナーシップの考え方を生徒に認識させることが有効であろう。そして、これらはいずれも、起業活動の疑似体験を組み入れた起業家教育プログラムの実施が解決の糸口となるのではないかと。つまり、実際に自分で事業計画をたて、仕入・製造をし、販売活動に取り組み、決算するという一連の活動を複数の生徒で疑似的な会社をつくり体験することを通じて、自分にできることの発見と、自分のできないことについてはチームのメンバーに補ってもらうことでカバーできるのだということを理解させる。そのような実体験学習は、生徒たちが意識を変える契機となろう。

## 結論

当調査が対象とした高校生に関しては、先行研究でみられるような日本では起業家が尊敬されないという点は、確認されなかった。むしろ、今回調査した高校生が起業家やベンチャー企業に抱くイメージは、とてもポジティブなものである。ところが、そのポジティブさは自分がその当事者になることに結びついているわけではなく、回答した高校生が起業をキャリアの選択肢としているわけではない。

その原因として、本稿では、2つの点を指摘したい。まず、忙しさや苦労の多さ、所得や経営状況の不安定さなどのいくつかの要因が決定的に働き、ポジティブなイメージを相殺しているという点である。もう1点は、起業家の能力の高さなどについて過度にポジティブなイメージを抱いてしまうこと

が、自己肯定感の低さと相まって、起業家になるという選択肢を外す、もしくは最初から検討に加えないというものである。

このような要因があることを踏まえて、それに対応する起業家教育プログラムの内容を設計することが急務である。起業家や起業活動を過大評価しないよう実像に触れる機会を設けること、近年講じられてきた起業活動へのセーフティネットの理解を促すこと、起業の疑似活動を実体験することで自己理解を深めたり自分の欠点を他者に補ってもらったりする機会を提供することが、起業家教育に求められる。

本研究の限界は、起業家への意欲や自信を持つ生徒があまりにも少なく、彼らを取り出して統計的な分析を試みることができていないという点にある。それは、起業活動の低調な日本で起業志望者に関する調査を行ううえでの難しさでもある。望むべくは、被検者数を増やすことで、比率としては少なくともある程度数の起業への意欲や自信を持つ者にアプローチし、その実像に迫りたい。また、今回調査を行った学校の所在地が農村地域である点にも留意したい。高校生らが日常的に接点を持つ産業に偏りがあり、ベンチャー企業などに関する情報はメディアを通じて得られるものに限られる。今後は、都市部の同世代にも調査を行い、地域間での高校生の意識に差があるのかをみていく必要がある。

## 参考文献

- Bosma, N., Kelly, D. and Global Entrepreneurship Research Association (GERA) (2018). Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report. <https://www.gemconsortium.org/report> (アクセス日: 2019年10月30日)
- 中小企業庁 (2005). 『2005年版 中小企業白書』, ぎょうせい.
- 中小企業庁 (2019). 『2019年版 中小企業白書』, 日経印刷.
- Commission of European Communities (2006). *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Implementing the Community Lisbon*

- Programme: Fostering Entrepreneurial Mindsets through Education and Learning*, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0033:FIN:EN:PDF> (アクセス日：2020年1月25日)
- Gottfredson, L. S. (1981). "Circumscription and Compromise: A Developmental Theory of Occupational Aspirations," *Journal of Counseling Psychology*, 28 (6), pp. 545-579.
- Katz, J. A. (2003). "The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education 1876-1999", *Journal of Business Venturing*, 18, pp. 283-300.
- Kourilsky, M.L. (1995). *Entrepreneurship Education: Opportunity in Search of Curriculum*, MO: Center for Entrepreneurial Leadership, Ewing Marion Kauffman Foundation.
- 内閣府 (2019). 『令和元年版 子供・若者白書』. [https://www.8.cao.go.jp/youth/whitepaper/r01honpen/pdf\\_index.html](https://www.8.cao.go.jp/youth/whitepaper/r01honpen/pdf_index.html) (アクセス日：2019年10月31日)
- 日本生産性本部 (2018). 『2018年度 新入社員 春の意識調査』, <https://activity.jpc-net.jp/detail/ird2/activity001536/attached.pdf> (アクセス日：2019年10月30日)
- 日本青少年研究所 (2013). 『高校生の進路と職業意識に関する調査』, 日本青少年研究所.
- 大江建 (2005). 「明日の日本を担う人材を育成するための起業家教育」, 都市問題研究, 第57巻第9号・通巻657号, pp. 3-20.
- 高橋徳行・磯辺剛彦・本庄裕司・安田武彦・鈴木正明 (2013). 『起業活動に影響を与える要因の国際比較分析』, RIETI Discussion Paper Series 13-J-015, 独立行政法人経済産業研究所. <http://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/13j015.pdf> (アクセス日：2019年10月30日)
- (いしぐろ・じゅんこ／東洋学園大学現代経営学部専任講師)